



安利旗下运动营养饮料XS上市

助力品牌年轻化 引领直销行业变革

8月30日下午的索菲特大宴会厅灯光闪烁,激情动感的电子音乐此起彼伏,一场安利盛大的欢乐Party正在上演,不仅有缤纷现场、酷炫DJ、新潮互动,更有安利XS特调饮料让参与者抢先体验,亲身感受安利年轻文化的震撼魅力。

8月12日,安利公司正式宣布,将引入全球热销的运动营养饮料XS。30日XS运动营养饮料济南上市发布会在索菲特盛大举行。据了解,该产品将于2017年9月正式对外发售。安利公司已在北京、上海、广州等全国31个城市举办各种“上市派对”启动该产品的全国市场推广活动,迎接这一产品的到来。济南是该“上市派对”的最后一站。

近年来,功能性饮料市场增速迅猛,未来五年预计复合增长率将超过12%,市场潜力巨大。安利有着强大的直销体系和成功引爆全球市场的丰富经验,在如此强势的双重保证下,XS品牌此次登陆中国市场的未来表现值得期待,或将改变中国功能性饮料的市场格局。

安利希望借助这一饱受全球年轻人好评的产品,培养年轻群体对于XS品牌的认同,助力安利直销渠道吸纳年轻的营销人员,进一步加强公司与年轻创业者之间的联系,促进安利品牌的年轻化变革,进一步引领直销行业变革。

强大产品力 吸引全球粉丝

2001年,XS品牌成立于全球极限运动爱好者心中的圣地——美国加利福尼亚州拉古那海滩,是第一



个全球销售的无食糖能量饮料品牌*。凭借独特的口感和强大的产品力,XS饮料一经推出便积累了众多拥趸。据了解,XS不含食糖,低热量;产品中更富含多种B族维生素和珍贵人参,能够有效释放身体能量。在口味方面,多款不同产品均是缤纷鲜果口味加气泡,口感炫酷;同时,它还不含合成色素和合成防腐剂,更是健康无负担。2002年上市以来,XS的足迹已遍布全球51个市场,售出超过10亿罐,为安利创造了超过20亿美元的销售业绩。

XS品牌从诞生之日起就与安利拥有千丝万缕的联系,XS品牌联合创始人大卫·范德文曾经是安利的营销人员。2003年,安利成为XS运动营养饮料的独家经销渠道。2015年,安利公司成功收购了XS品牌,并将这一代表着激情、勇于尝试、敢于挑战的品牌推广到

全球51个国家和地区。在万众期待中,XS终于强势登陆中国市场,蔓越莓葡萄口味以及柑橘口味将作为XS运动营养饮料首批主推产品。

XS肩负安利品牌 年轻化的历史使命

除了对中国功能饮料市场的期待,XS还被安利公司赋予了更高期待——肩负着安利品牌年轻化的历史使命。

此前XS品牌创始人大卫·范德文表示:“年轻和自由取决于你的行为,而不是年龄。XS品牌追求自由,崇尚生活,也希望通过XS帮助安利营销人员完成这一梦想。XS品牌是冒险精神、工作和娱乐的完美结合。”

XS对于安利的意义,不仅仅是为年轻的营销人员开启一个商业机会。安利公司更希望,XS能够凭

借自身强大的产品力所营造的优秀产品体验,缔造一种新的体验式氛围,让更多人通过XS所倡导的生活方式,来实现更好的生活体验,从而让更多的人了解安利,吸引全新的营销人员加盟安利,让自主创业成为趣事,让营销伙伴乐在其中。

XS所肩负的安利品牌年轻化的历史使命,是近年来安利积极落实“引领未来”计划和“安利年轻化”战略的缩影。作为一家注重未来和长远发展的公司,对年轻人保持密切关注一直是安利工作的核心。从深入了解年轻人的价值观和喜好,到推出符合年轻人个性化需求的产品,再到打造能够吸引年轻人充分施展才能的平台,安利从不把自己局限为一家直销公司,而是让自己向所有的优秀企业看齐。而此次XS上市,将加速推动安利品牌年轻化变革,助力安利引领直销行业变革。

XS品牌联合 创始人SCOTT

记者:请问您创立XS品牌的初衷是什么?

答:XS品牌的一个初衷就是为了吸引更多的年轻人,是为年轻人打造的一个品牌,希望通过这样的一个品牌能够让更多的年轻营销人员加入到我们的团队,来共同促进安利事业的发展,让我们的第二代能更多的加入到安利的事业之中。

记者:我们知道XS作为一款很棒的运动营养饮料,对于我们年轻人来说也是一个很好的创业的机会,您在这里给我们这些年轻人这些创业平台有什么好的建议吗?

答:我给年轻人一个建议是要找到一个很好的教育的老师,这样的老师能够帮助教育你,帮助你给你一些创业的机会和创业的一些技能,帮助你更好的开创你自己的年轻的事业。这样的话通过老师的帮助可以助力你快速的走进自己的人生。

安利山东分公司 副总监高薇女士

记者:高总,据了解,XS这款产品还被安利公司赋予了更高期待,请问是何期待呢?

那就是XS所肩负的安利品牌年轻化的历史使命,这也是近年来安利积极落实“引领未来”计划和“安利年轻化”战略的缩影。作为一家注重未来和长远发展的公司,对年轻人保持密切关注一直是安利工作的核心。

记者:那咱们安利公司是推动年轻化战略方面都做了哪些工作呢?

基本从三个方面:

1.深入了解年轻人的价值观和喜好

在大众创业万众创新的当下中国,创业是年轻人经常谈论的话题,根据《2016安利全球创业报告》,中国创业积极性也继续领先全球,创业者、自由职业者、兼职的趋势不断上升,这对我们来说是利好消息。现在的年轻人喜好广泛,闲暇时也热衷网络剧、偶像剧,我们安利纽崔莱冠名了腾讯视频的年度大剧《那年花开月正圆》。

2.推出符合年轻人个性化需求的产品

最具代表性的就是即将上市的XS运动营养饮料了。年轻人喜欢运动,同时脑力劳动消耗巨大,所流失的维生素和矿物质也超过一般人群,在我们的营养品搭配中就会根据他们的实际情况进行推荐,未来还会有针对年轻人的更多产品上市。

3.打造能够吸引年轻人充分施展才能的平台

安利是人的事业,非常重视人才的引进和人才梯队的建设,年轻化战略就是由此而来。为此,公司全方位打造了从成长到成功,从工具支持到环境营造的年轻化创客平台。去年,公司还与清华大学合作设立培训训练班,帮助年轻的营销骨干开阔视野,打开格局。公司也将继续全面营造数字化环境,让身为互联网原住民的8090年轻人动动手指就能做销售、推荐和服务,同时打造适合年轻人的线下社群活动和社交平台,给他们更多的乐趣和归属感。

安利从不把自己局限为一家直销公司,而是让自己向所有的优秀企业看齐。而此次XS上市,将加速推动安利品牌年轻化变革,助力安利引领直销行业变革。